

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER VALUE*, *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PADA *MOBILE BANKING* BANK CENTRAL ASIA DI SURABAYA**



OLEH :  
KEVIN LAKSONO  
3103016020

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
FAKULTAS BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
2020

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER VALUE*, *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PADA *MOBILE BANKING* BANK CENTRAL ASIA  
DI SURABAYA**

SKRIPSI  
Diajukan Kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
KEVIN LAKSONO  
3103016020

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER VALUE*, *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *E-CUSTOMER SATISFACTION* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PADA *MOBILE BANKING* BANK CENTRAL ASIA DI SURABAYA**

Oleh:  
KEVIN LAKSONO  
3103016020

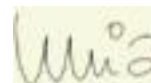
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Dr.Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si.)  
NIDN. 0327037303  
Tanggal:

Pembimbing II,



(Maria Mia Kristanti , SE.,MM.)  
NIDN. 0726016901  
Tanggal:

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Kevin Laksono dengan NRP 3103016020 telah diuji pada tanggal 8 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



(Dr. Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si)

NIDN. 0327037303

Mengetahui:

Dekan,



(Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPA)

NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit Haribowo Lukito  
CN=Robertus Sigit Haribowo  
Lukito, OU=Head of Management  
Department, O=Widya Mandala  
Surabaya Catholic University,  
E=hod-manage@ukwms.ac.id  
I am approving this document  
Surabaya, Jawa Timur, IDN  
2020-07-24 09:47:41

(Robertus Sigit H. L., SE., M.SC)

NIDN. 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas  
Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Laksono

NRP : 3103016020

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Value*, *Corporate Image* terhadap *E-Customer Satisfaction* dan dampaknya terhadap *E-Customer Loyalty* pada *Mobile Banking Bank Central Asia* di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang- Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,  
  
(Kevin Laksono)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan untuk tugas akhir dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Value*, *Corporate Image* terhadap *E-Customer Satisfaction* dan dampaknya terhadap *E-Customer Loyalty* pada *Mobile Banking* Bank Central Asia di Surabaya”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini banyak pihak yang turut membantu penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua dan saudara saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya terus menerus.
2. Bapak Lodovicus Lasdi, MM.,AK.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran serta masukan dan mengarahkan penulis sehingga tugas akhir dapat diselesaikan.
5. Ibu Maria Mia Kristanti, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran serta masukan dan mengarahkan penulis sehingga tugas akhir dapat diselesaikan.
6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membagikan ilmu serta pengetahuan selama masa studi.
7. Kekasih dari penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat Nadya Angela Deviandrianti S.Ak

8. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan Ryan, Nando, Acong, Ko Yon, Marcel, Elicia, Joe, Peter, Devin, Jessica, Dul, Ian.
9. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik maupun saran dari semua pihak yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan tugas akhir ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya, Terima kasih.

Surabaya, 12 Juni 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 <i>E-Service Quality</i> .....	8
2.1.2 <i>Customer Value</i> .....	9
2.1.3 <i>Corporate Image</i> .....	10
2.1.4 <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	11
2.1.5 <i>E-Customer Loyalty</i> .....	13
2.1.6 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	14
2.1.7 Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	14
2.1.8 Pengaruh <i>Corporate Image</i> Terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> .....	14
2.1.9 Pengaruh <i>E-Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.4 Rerangka Penelitian .....	20
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran	



Variabel .....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan .....	26
3.6 Teknik Analysis .....	27
3.6.1 Uji Validitas .....	27
3.6.2 Uji Normalitas Data .....	28
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	28
3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	29
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural .....	30
3.6.6 Uji Hipotesis .....	30

#### **BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Karakteristik Objek dan Penelitian .....	32
4.2 Deskripsi Data .....	32
4.3 Hasil Analisis Data .....	40
4.4 Pembahasan .....	48

#### **BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	51
5.2 Keterbatasan .....	53
5.3 Saran .....	53
5.3.1 Saran Akademis .....	53
5.3.2 Saran Praktis .....	53

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	19
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Model .....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Usia.....	34
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor .....	36
Tabel 4.3 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>E-Service</i> <i>Quality</i> .....	36
Tabel 4.4 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Value</i> .....	37
Tabel 4.5 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Corporate Image</i> .....	38
Tabel 4.6 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>E-Customer</i> <i>Satisfaction</i> .....	39
Tabel 4.7 Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>E-Customer</i> <i>Loyalty</i> .....	40
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas .....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.10 Hasil Kecocokan Keseluruhan Model.....	45
Tabel 4.11 Uji Hipotesis .....	47

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	21

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3A. Jawaban Responden Mengenai Variabel *E-Service Quality*
- Lampiran 3B. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Customer Value*
- Lampiran 3C. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Corporate Image*
- Lampiran 3D. Jawaban Responden Mengenai *E-Customer Satisfaction*
- Lampiran 3E. Jawaban Responden Mengenai *E-Customer Loyalty*
- Lampiran 4. Tabel Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output SEM
- Lampiran 7A. Path Diagram *Estimates*
- Lampiran 7B. Path Diagram *T-Values*

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi membawa dampak yang sangat besar terhadap dunia perbankan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Kehadiran internet telah mengubah perilaku manusia dalam melakukan kegiatan. Saat ini banyak sekali kegiatan yang mampu dilakukan dengan adanya internet, termasuk transaksi perbankan. Transaksi perbankan yang biasanya dilakukan melalui kantor cabang atau mesin ATM, sekarang bisa dilakukan dengan sebuah aplikasi perbankan yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* sangat memudahkan manusia untuk melakukan kegiatan transfer maupun pembelian pulsa, token listrik, serta membayar tagihan dan cicilan. Berkat berkembangnya teknologi dan munculnya *mobile banking*, nasabah semakin jarang mendatangi kantor cabang, mereka cenderung menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi perbankan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *E-Service Quality*, *Customer Value*, *Corporate Image* terhadap *E-Customer Satisfaction* dan dampaknya terhadap *E-Customer Loyalty* pada *Mobile Banking* Bank Central Asia di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 180 responden dengan teknik penyampelan *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality*, *Customer Value* dan *Corporate Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*. *E-Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*.

**Kata Kunci :** *E-Service Quality, Customer Value, Corporate Image, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty*

**Effects of E-Service Quality, Customer Value, Corporate Image on E-Customer Satisfaction and its impact on E-Customer Loyalty in Bank Central Asia's Mobile Banking in Surabaya.**

**ABSTRACT**

The development of information technology has a huge impact on the world of banking throughout the world, including in Indonesia. The presence of the internet has changed human behavior in conducting activities. At present there are many activities that can be carried out with the internet, including banking transactions. Banking transactions which are usually done through branch offices or ATM machines, can now be done with a banking application, namely mobile banking. Mobile banking makes it very easy for humans to transfer and purchase credit, electricity tokens, and pay bills and installments. Thanks to the development of technology and the emergence of mobile banking, customers rarely visit branch offices, they tend to use mobile banking to conduct banking transactions.

This study aims to analyze the Effect of E-Service Quality, Customer Value, Corporate Image on E-Customer Satisfaction and its impact on E-Customer Loyalty on Bank Central Asia's Mobile Banking in Surabaya. This research uses quantitative methods and the data used in this study are primary data. The number of samples used in this study were 180 respondents with a non-probability sampling technique using purposive sampling. The analysis technique used is SEM analysis with the LISREL program.

The results of this study indicate that E-Service Quality, Customer Value and Corporate Image have no significant effect on E-Customer Satisfaction. E-Customer Satisfaction has a significant effect on E-Customer Loyalty.

**Keywords : E-Service Quality, Customer Value, Corporate Image, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty**